

**Katedra:** Filosofie

**Studijní program:** Specializace v pedagogice

**Studijní obor:** Německý jazyk – humanitní studia

**PŘESVĚDČIVOST V KOMUNIKACI**  
**THE COGENCY OF COMMUNICATION**

**Bakalářská práce: 13-FP-KFL-219**

**Autor:**

Klára FILIPÍ

**Podpis:**

.....

**Vedoucí práce:** PhDr. Stanislava Exnerová

**Počet**

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
60	5	0	0	27	1

**V Liberci dne: 24.6.2013**

# TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

## FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra filosofie

### ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(pro bakalářský studijní program)

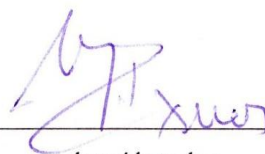
pro (kandidát): Klára Filipi  
adresa: Vehlovská 3044, 276 01 Mělník  
studijní obor (kombinace): Humanitní studia – německý jazyk  
Název BP: Přesvědčivost v komunikaci  
Název BP v angličtině: The cogency of communication  
Vedoucí práce: PhDr. Stanislava Exnerová  
Konzultant:  
Termín odevzdání: 30. 4. 2011

Poznámka: Podmínky pro zadání práce jsou k nahlédnutí na katedrách. Katedry rovněž formulují podrobnosti zadání. Zásady pro zpracování BP jsou k dispozici ve dvou verzích (stručné, resp. metodické pokyny) na katedrách a na Děkanátě Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické TU v Liberci.

V Liberci dne 12. 4. 2010



děkan



vedoucí katedry

Převzal (kandidát): KLÁRA FILIPÍ

Datum: 31. 5. 2010

Podpis: Filipi

Název BP: PŘESVĚDČIVOST V KOMUNIKACI

Vedoucí práce: PhDr. Stanislava Exnerová

Cíl: Popsat základy přesvědčivosti v komunikaci se zaměřením na přednášku.  
Analyzovat tyto aspekty ve výuce vysokoškolského učitele.

Požadavky: pravidelná konzultace, prostudování příslušné literatury

Metody: analýza, dotazník, pozorování, rozhovor

Literatura: VYBÍRAL, Zbyněk. Psychologie komunikace. Praha : Portál, 2005. 319 s.  
ISBN 80-7178-998-4.  
SVATOŠ, Tomáš . Kapitoly ze sociální a pedagogické komunikace :  
teoretická minima a praktické náměty. Hradec Králové : GAUDEAMUS,  
2006. 158 s. ISBN 80-7041-176-7.

## Čestné prohlášení

**Název práce:** Přesvědčivost v komunikaci

**Jméno a příjmení autora:** Klára Filipi

**Osobní číslo:** P08000733

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 24.6.2013

---

Klára FILIPÍ

## **Poděkování**

Zde bych ráda poděkovala PhDr. Stanislavě Exnerové za trpělivost, ochotu a pomoc při psaní této bakalářské práce.

Poděkování patří rovněž i vysokoškolskému profesorovi, který mi umožnil zúčastnit se jeho přednášky a podrobit ji analýze.

V neposlední řadě chci poděkovat své rodině a přátelům za stálou podporu během studia.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá přesvědčivostí v komunikaci se zaměřením na vysokoškolskou přednášku. V teoretické části jsou popsány a vysvětleny nejzákladnější formy a faktory, které se na přesvědčivosti podílejí z pohledu odborné literatury. Součástí bakalářské práce je praktická část, kde jsou veškeré aspekty z teoretické části analyzované na vysokoškolské přednášce. Práce je doplněna dotazníkem, který zjišťoval, zdali přednášející vzbuzuje důvěryhodnost, jako jeden z významných faktorů podílejících se na přesvědčivosti.

Klíčová slova:

Přesvědčivost, postoje, vysokoškolský učitel, kredibilita, autorita, neverbální komunikace, přednáška, posluchači.

## **Annotation**

The bachelor thesis deals with persuasiveness in communication with focus on the academic lecture. In the theoretical part, I have described and explained the basic form and factor which influences and forms the persuasiveness from academic literature resources point of view. The practical of thesis focuses on analysis of all theoretical aspects in practise of academic lecture. The content of thesis also includes the questionnaire, which investigates if the lecturer evokes trust in his audience. As reliance is one of the most influential factors which prompts persuasiveness.

Key words:

Persuasiveness, attitudes, academic lecturer, credibility, authority, non verbal communication, academic lecture, audience.

## Obsah:

1	Úvod .....	9
	<b>Teoretická část.....</b>	<b>10</b>
2	Vymezení komunikace .....	10
2.1	Funkce komunikace .....	11
3	Přesvědčivost .....	12
3.1	Nejdůležitější formy přesvědčování při přednášce na vysoké škole .....	16
3.2	Historie rétoriky.....	18
3.2.1	Rétorika ve starověkém Řecku .....	18
3.2.2	Rétorika v Římě.....	19
3.2.3	Rétorika ve středověku .....	20
3.2.4	Rétorika v 15 – 19. Století .....	20
3.2.5	Rétorika ve 20. století .....	20
3.2.6	Rétorika v současnosti .....	21
4	Faktory podílející se na přesvědčivosti při vysokoškolské přednášce .....	22
4.1	Komunikátor .....	22
4.1.1	Osobnost pedagoga a jeho kompetence .....	22
4.1.2	Autorita .....	25
4.1.3	Kredibilita .....	26
4.1.4	Empatie .....	27
4.1.5	Neverbální komunikace přednášejícího na vysoké škole .....	28
a)	Paralingvistické prostředky .....	29
b)	Extralingvistické prostředky .....	32
4.2	Sdělení .....	40
4.2.1	Přednáška.....	41
4.3	Kontext .....	42
4.3.1	Posluchači .....	43
4.3.2	Prostředí .....	44
4.3.3	Čas .....	44
	<b>Praktická část .....</b>	<b>46</b>
5	Charakteristika výzkumu .....	46
5.1	Analýza přednášky.....	47

5.2	Dotazník.....	51
5.2.1	Výsledky .....	51
6	Závěr .....	56
7	Seznam použité literatury .....	57
8	Přílohy .....	59



# 1 Úvod

Pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila téma: Přesvědčivost v komunikaci. S přesvědčováním se setkáváme v každodenním životě – především v reklamě, politice, ale i ve škole. Disponovat schopností přesvědčit zaručuje základ úspěšné komunikace a dosažení požadovaných cílů nejen v profesním, ale i občanském a osobním životě. Jedná se o schopnost, kterou se lze naučit a neustále na ní pracovat a zdokonalovat ji.

Má bakalářská práce je pojata se zaměřením na přesvědčivost přednášejícího při vysokoškolské přednášce. Pedagogové působící na vysokých školách mají velmi náročnou práci. Musí připravit přednášku, která by přesvědčila studenty, čemu mají věřit a zároveň čemu se mají učit. Přednášející na vysoké škole by měl ovládat oblast rétoriky, kam spadá nejen technika mluveného projevu, schopnost sestavit text, ale i ovládat mimoslovní výrazové prostředky, které patří k profesionální výbavě učitelů a zároveň se jedná o faktory, které mohou přesvědčivost pedagoga velmi posílit. Současně přednášející musí brát ohled na kontext – posluchače, čas přednášky a prostor, kterému je nutné se přizpůsobit.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V první části – teoretické jsou nejdříve vymezeny dva nejdůležitější pojmy a sice komunikace jako taková a přesvědčivost. Dále jsou uvedeny nejzákladnější formy přesvědčivosti, které se mohou využívat při přednáškách na vysokých školách. Část teorie je věnována historii rétorice, jakožto první nauce o přesvědčivosti. Následuje podrobný popis faktorů, které se podílejí na přesvědčivosti – komunikátor, sdělení a kontext.

V praktické části je analýza jedné přednášky, kde jsou pozorovány a hodnoceny faktory ovlivňující přesvědčivost přednášejícího. K tomu cíli slouží analýza pozorované přednášky. Dále bylo využito dotazníku ke zjištění míry důvěryhodnosti přednášejícího, jako jednoho z významných faktorů pro přesvědčivost. Tento dotazník byl vyplněn studenty, kteří se přednášky zúčastnili.

Cílem bakalářské práce je popsat základy přesvědčivosti v komunikaci se zaměřením na přednášku. Analyzovat tyto aspekty ve výuce vysokoškolského učitele.

## Teoretická část

### 2 Vymezení komunikace

V sociologickém slovníku je komunikace vymezena jako proces předávání informací mezi lidmi. V širším pojetí slouží komunikace zároveň jako prostředek k výměně emocionálního obsahu, který umožňuje správné pochopení předávané informace. V neposlední řadě je komunikace základním nástrojem v sociální interakci, čili nástrojem ke vzájemnému působení jedinců a reagování na sebe.<sup>1</sup>

*„V psychologii není komunikace považována jen za pouhý přenos informací mezi sdělujícím a příjemcem. Jde o mnohem více, jde o sebe prezentaci o sebepotvrzování. Jde o vyjádření postojů k předmětu, ke komuniké, ale i k příjemci informace.“<sup>2</sup>* (komuniké = sdělení) Pojem komunikace pochází z latinského slova “communicare“, což znamená něco vzájemně sdílet, podílet se na něčem společném.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0. S. 126.

<sup>2</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 19.

<sup>3</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 25-31.

## 2.1 Funkce komunikace

Každá komunikace má určitý záměr a plní nějaké funkce. Vybíral rozlišuje sedm základních funkcí, které se uplatňují i ve vysokoškolské přednášce. Záměrem přednášejícího je během svého mluveného projevu posluchače:

- Informovat – předávat informace, oznamovat, něco prohlašovat.
- Instruovat – něčemu učit, dávat recept, radit.
- Přesvědčit – získávat posluchače na svou stranu, ovlivnit je.
- Vyjednat, domluvit se – dojít k nějaké dohodě nebo k řešení.
- Rozveselit – pobavit druhého i pobavit sebe, zpříjemnění atmosféry.
- Kontaktovat se – získat sebepotvrzení a uznání, užívat si blízkosti lidí.
- Předvést se – získat nějaký dojem u posluchačů, zalíbit se, ale i zastrašit.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 31-35.

### 3 Přesvědčivost

S přesvědčováním se setkáváme v různorodých situacích v každodenním životě a často ovlivňuje náš úspěch či neúspěch. Přesvědčivost je schopnost, která se dá naučit, ale vyžaduje neustálou snahu, investování mnoho času i energie a zejména ustavičné trénování.

Ve Velkém sociologickém slovníku je pojem přesvědčivost vymezen jako schopnost ovlivňování druhých lidí takovým způsobem, aby se docílilo požadovaných postojů a žádaného chování.<sup>5</sup> Proces, kdy jsou lidé někým ovlivňováni, se nazývá přesvědčování neboli persvaze.

Gálík ve své publikaci popsal základní koncept persvaze:

- V persvazi jde o úmyslný pokus o ovlivnění, je to tedy záměrná aktivita.
- Persvaze je formou komunikace, kdy dochází k přenosu informace, která má recipienta o něčem přesvědčit.
- Při úspěšné persvazi dochází ke změně duševního stavu recipienta, která se může projevit změnou postojů, názorů, přesvědčení, myšlení či chování.
- Při přesvědčování je důležité, že recipient má možnost svobodné volby, tedy že se nevyskytují žádné hrozby negativních následků při nevyhovění požadavku.<sup>6</sup>

Z výše uvedených bodů vyplývá, že persvaze je: „*Specifická forma komunikace, jejímž cílem je ovlivnit duševní stav recipienta v atmosféře svobodné volby.*“<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1. S. 747.

<sup>6</sup> GÁLÍK, S. *Psychologie přesvědčování*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4247-2. S. 9-11.

<sup>7</sup> GÁLÍK, S., pozn. 6. s. 11.

Procesem přesvědčování se zabýval C. Hovland, který rozdělil persvazi na čtyři fáze:

- Pozornost – zaměřenost a soustředěnost na přednes mluvčího.
- Pochopení – porozumění sdělení.
- Přijetí – akceptování sdělení.
- Podržení nového postoje – použití informací, výzvy, zpětné vazby k upevnění nového postoje.<sup>8</sup>

Hovland tvrdil, že ke změně postoje u příjemce, který vede k budoucímu chování, může dojít pouze tehdy, pokud posluchač pochopí a přijme argumenty, k tomu je ale nezbytné upoutání jeho pozornosti. Tuto teorii doplnili W. J. McGuire a S. Sherman, na základě jejich výzkumu se v současné době rozděluje šest kroků v procesu persvaze:

- Vystavení posluchače nebo pozorovatele novému sdělení – jestli má sdělení posluchače přesvědčit, je nezbytné, aby ho dobře slyšeli, popř. viděli.
- Vzbuzení jeho pozornosti – sdělení by mělo posluchače zaujmout.
- Pochopení sdělení – posluchači musí porozumět tomu, co přednášející říká.
- Přijetí nabízených závěrů – aby mohl posluchač změnit postoj, musí akceptovat sdělení.
- Podržení nového postoje - pokud by nový postoj vyhasnul, tedy byl zapomenut, nemělo by sdělení v budoucnosti už žádný persvazivní vliv.
- Převedení postoje na chování - změněný postoj by měl vést v odpovídající situaci k novému chování.<sup>9</sup>

Jak vyplývá z výše uvedeného, přesvědčování je zaměřeno na změnu postoje posluchače. Postoj je definován ve Velkém sociologickém slovníku jako: „*Relativně ustálený sklon jedince chovat se v určité situaci určitým způsobem.*“<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> MACEK, P. *Persuaze a změna postoje*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně. S. 10.

<sup>9</sup> MACEK, P., pozn. 8. s. 11.

<sup>10</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 2. P-Z. 2.* vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-310-5. S. 812.

Postoje jsou naučené a mohou se získávat a měnit během celého života, umožňují nám uspořádat získané informace.

Postoje se dělí podle vzniku na: afektivní, konativní a kognitivní. Kognitivní rovina postoje vzniká, pokud posluchač získá několik pozitivních informací, které jsou založeny na racionálních argumentech a věří jim. O postoj na afektivním základě se jedná, když k předmětu postoje něco cítíme. Konativní základ postoje je založen na vlastním chování, tedy sebepercepci. Sebepercepce je technika, kdy získáváme informace tak, že vyvozujeme závěry z vlastního chování a z něho usuzujeme na svůj postoj.<sup>11</sup>

Mezi základní charakteristiky struktury postoje patří bipolarita, rozsah a ambivalence

- Bipolarita – neboli valence vymezuje, zda-li je postoj k objektu pozitivní nebo negativní.
- Rozsah postoje – určuje do jaké míry je hodnocení pozitivní či negativní.
- Ambivalence – může nastat tehdy, pokud jeden postoj má větší počet hodnocení přesvědčení a to hodnocení je záporné i kladné, tak dochází k ambivalenci. Postoj je pak založen na součtu všech přesvědčení a na jejich hodnocení.<sup>12</sup>

Gálík uvádí, že pro persvazi je důležité porozumět postojům, neboť pochopení postojů umožní přednášejícímu lépe pracovat na změně přesvědčení u posluchače.

Funkce postojů pomáhají porozumět tomu, proč lidé mají různé postoje. Gálík jich uvádí šest:

- Poznávací funkce – postoj pomáhá porozumět světu a svému životu.
- Utilitární funkce – postoje vyvolané naším přáním, aby byly uspokojeny naše potřeby.

---

<sup>11</sup> GÁLÍK, S. *Psychologie přesvědčování*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4247-2. S. 20-21.

<sup>12</sup> GÁLÍK, S., pozn. 11. s. 17-22.

- Hodnotově expresivní funkce – postoj slouží k vyjádření hodnot a přesvědčení.
- Ego–deferenzivní funkce – postoj má funkci ochrany před nepříjemnými emocemi, které si nechceme připustit.
- Sociální adjustivní funkce – na této funkci stojí postoj, pokud se chceme přizpůsobit skupině, do které chceme náležet
- Funkce sociální identity – postoj slouží k vyjádření, kdo jsme a kým chceme být.<sup>13</sup>

Postoj slouží většinou více funkcím zároveň. Tento funkcionální přístup je pro persvazi velmi nápomocný. Díky němu vznikla metoda persvazivního působení, tzv. párování s funkcí. Tato metoda je založena na tom, že se přednášející nejdříve snaží odhalit funkci, která podléhá postoji posluchače. Přednášející poté přizpůsobí sdělení tak, aby působilo na danou funkci, čímž se stane přesvědčivějším.

Pro správné pochopení konceptu přesvědčování je nutno odlišit koncept manipulace. Wróbel uvádí definici: „*Manipulace je cílenou formou ovlivňování druhé osoby nebo skupiny osob, tak aby tato osoba nebo skupina osob uspokojovala potřeby manipulátora, aniž by si toho byla vědoma.*“<sup>14</sup> Základní vlastností manipulace je zpředmětnění donucovaného, jelikož se stává nástrojem manipulujícího, který slouží k dosažení jeho cílů. Snahou je, aby si manipulovaný myslel, že rozhoduje svobodně a správně.<sup>15</sup>

Manipulace se rozlišuje na přímou a nepřímou. Při přímé manipulaci se využívají často formy nátlaku, které bývají doprovázeny vynucováním a násilím, zároveň je ignorován názor posluchače. Při nepřímé manipulaci se vyskytují intriky a pokusy vedoucí k dosažení cíle manipulátora, přičemž člověk nemá poznat, že je s ním manipulováno.

---

<sup>13</sup> FONTANA, D. *Psychologie ve školní praxi*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995, ISBN 80-7178-626-8. S. 223-231.

<sup>14</sup> WRÓBEL, A. *Výchova a manipulace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2337-2. S. 40.

<sup>15</sup> WRÓBEL, A., pozn. 14. s. 22-24.

Odlišujícím faktorem mezi manipulací a persvazí je i to, že persvaze je ovlivňování: „...*při němž se recipient pod vlivem přesvědčovatele dobrovolně, zainteresovaně a zúčastněně ujišťuje o zdůvodněnosti nějakého stanoviska.*“<sup>16</sup> Dobrovolnost je založena na tom, že přesvědčovaný je ovlivňován bez donucování, ať přímého nebo nepřímého. Zainteresovanost znamená, že posluchač má zájem něco se dozvědět a to zejména, pokud si myslí, že informace jsou užitečné k realizaci jeho zájmů. Zúčastněností se míní to, že přesvědčovaný je schopen přijímat vliv přednášejícího. Tedy posluchač je schopen od původního stanoviska přejít k novému a následně je schopen ho obhájit.<sup>17</sup>

### **3.1 Nejdůležitější formy přesvědčování při přednášce na vysoké škole**

Pedagogové chtějí své studenty orientovat nějakým směrem, získat je pro něco nebo naopak odklonit od něčeho. K ovlivnění postoje a k požadovanému přesvědčení posluchače se dají využít následující formy přesvědčování.

- Sociální posilování – je založeno na vyslovení souhlasu či nesouhlasu s tím, co říká nebo dělá jiná osoba. Vyjádření souhlasu je pro změnu postoje účinnější, než vyjádření nesouhlasu. Do této formy přesvědčování, která podporuje žádoucí změnu postoje, patří i pochvala. Pochvala je pozitivní vyjádření o osobě, výsledku práce nebo i myšlence. Napomáhá k utváření sebeúcty studentů a zároveň se podílí na budování pozitivní atmosféry při výuce a vřelých vztazích mezi pedagogem a studenty.<sup>18</sup> Přeháněné vyjadřování souhlasu s názorem posluchače přílišné pochvaly působí negativně a nepřesvědčivě.

---

<sup>16</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 62.

<sup>17</sup> MUSILOVÁ, E. a M. MAČNIKOVÁ. Persuázie a pomáhajúce profesie. *Ošetrovateľský obzor* [online]. 2011 [cit. 2013-09-15]. Dostupné z: <http://www.osetrovatelsky.herba.sk/4-5-2010/persuazia-a-pomahajuce-profesie>.

<sup>18</sup> Pochvala. *Pochvala* [online]. 2010 [cit. 2012-07-15]. Dostupné z: [http://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky\\_lexikon/P/Pochvala](http://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky_lexikon/P/Pochvala).



- Nepřímé formy přesvědčování – základem této formy je kladení otázek. Mareš a Křivohlavý uvádějí: „*Otázkou lze podnítit posluchače k dalšímu sdělení, k prohloubení tématu, k domýšlení toho, co nebylo řečeno.*“<sup>19</sup> Otázky musí být promyšlené, aby následná odpověď podporovala sdělení a vedla k požadovanému postoji.
- Argumentování - k dosažení požadovaného přesvědčení napomáhají přednášejícímu používání argumentů, neboli důkazů. Ve Velkém sociologickém slovníku je argument vysvětlen jako: „*Logický způsob zdůvodnění pravdivosti nějakého výroku na základě jiných výroků.*“<sup>20</sup>

Argumenty můžeme rozdělit do čtyř základních skupin:

- Argumenty faktické – fakta, čísla, statistiky, anotace pramenů – znakem pro tyto argumenty je jejich věcnost, objektivnost a skutečnost.
- Argumenty emocionální – jsou důkazy, kterými působí přednášející u posluchačů na jejich city, např. přednášející uvádí své zkušenosti.
- Morální argumenty – ty důkazy, které jsou spojeny s morálně – etickými pravidly – přednášející může odkázat na spravedlnost, čestnost apod.
- Argumenty taktické - tento typ argumentace je založen na tom, že přednášející je zcela přesvědčen o své pravdě a je neochoten akceptovat jiné důkazy.<sup>21</sup>

Je vhodné tyto argumentační figury kombinovat, aby se dosáhlo co nejvyšší přesvědčivosti. Mareš a Křivohlavý uvádějí, že ty nejdůležitější argumenty by měl přednášející použít na začátku nebo na konci přednesu.

---

<sup>19</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 63.

<sup>20</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1. S. 229.

<sup>21</sup> ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2. S. 98-103.

## 3.2 Historie rétoriky

Disciplína, která se zabývá tím, jak být dobrým a přesvědčivým přednášejícím se nazývá rétorika. Velký sociologický slovník pak pojem rétorika definuje jako: „*Přesvědčování pomocí správně uspořádaného mluveného projevu.*“<sup>22</sup>

### 3.2.1 Rétorika ve starověkém Řecku

Samotný pojem rétorika vychází z řeckého pojmu “rhesis“, což znamená “řeč.“ O tom, jak správně přednášet, aby byl mluvčí přesvědčivý a dokázal ovlivňovat své posluchače, se začali zabývat již ve starém Řecku a rétorika byla považována za hlavní součást vzdělání. První školu rétoriky založil Gorgias v 5. století př. n. l. a jejím cílem bylo, naučit se používat řeč takovým způsobem, aby se vyrovnala básnictví. Rétoriku dále rozvíjeli sofisté, kteří cestovali do míst, kde je bylo žádáno a vyučovali zde umění mluveného projevu. O další vývoj rétoriky se zasloužili filosofové Sokrates, Platón a Aristoteles. Sokrates obohatil rétoriku o umění dialogu. Platón byl přesvědčen, že nestačí ovládat umění rétoriky, ale přednášející musí mít i dostatečné znalosti o tom, o čem vykládá, proto vyvodil závěr, že přesvědčivým řečníkem může být pouze filosof.<sup>23/ 24</sup>

Teorií přesvědčivosti se zabýval i již zmíněný Aristoteles a považoval ji za umění: „*Umění, jak přimět lidi, aby udělali něco, co by běžně neudělali, nebo byste je o to museli požádat.*“<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 2. P-Z.* 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-310-5. S. 926.

<sup>23</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace.* 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 218-220.

<sup>24</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova.* 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 27-29.

<sup>25</sup> BORG, J. *Umění přesvědčivé komunikace: Jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1971-9. S. 16.

Aristoteles sepsal takzvaných “Pět kánonů“, které popisují, jak připravit veřejné vystoupení a používají se dodnes:

- Inventio – zvolení tématu, shromáždění co nejvíce argumentů.
- Dispositio – zpracování informací, sestavení struktury textu, aby posluchače zaujal.
- Elocutio – zvolení správného stylu řeči. (použití správné gramatiky, jazykových prostředků)
- Memoria – zapamatování připraveného textu, přednášejícímu by měly stačit jen poznámky v bodech.
- Actio – samotný přednes.<sup>26</sup>

### 3.2.2 Rétorika v Římě

V Římě zažívala rétorika svůj vrchol, ačkoli z počátku Římané bránili pronikání učitelů rétoriky do své země. Významným představitelem této nauky v Římě se stal Marcus Tullius Cicero (106 – 43 př.n.l.), který se snažil o propojení filosofie a rétoriky, jelikož tyto nauky považoval za nejdůležitější pro život. Zároveň mluvený projev rozdělil na slavnostní, politickou a soudní řeč. O sto let později byl v Římě první státní učitel rétoriky a byl jím Marcus Fabius Quintilianus (35 – 96 n.l.).

Tento učitel sepsal první učebnici rétoriky, která ovlivňovala vzdělávání až do období humanismu. Důležité pro něj bylo, aby teorie byla obohacována o cvičení a praxi.<sup>27/28</sup>

---

<sup>26</sup> HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 11-18.

<sup>27</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 29-30.

<sup>28</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 221-222.

### 3.2.3 Rétorika ve středověku

V tomto období ztrácela rétorika na významu v soudních a politických projevech. Naopak se osvědčila jako nástroj pro šíření křesťanství a docházelo k rozvoji rétoriky v oblasti psaného projevu.<sup>29</sup>

### 3.2.4 Rétorika v 15 – 19. Století

V období renesance a humanismu, které se vyznačuje znovuoobjevením antiky, roste opět význam rétoriky. Do škol se vrátila výuka umění mluveného i psaného projevu. V pol. 16. století vznikla první česká kniha o umění rétoriky, jejímž autorem byl Jan Blahoslav, která měla rozšiřovat slovesnou kulturu. Ke konci 17. století měl významný vliv na vývoj české rétoriky J.A. Komenský, pro něhož bylo zásadní, aby kazatel rozuměl tomu, co říká a dokázal to správně a přesvědčivě interpretovat. V 18. století vzniklo mnoho učebnic o správné mluvě a tím postupně rostl význam rétoriky v politické sféře. Ovšem ke konci 18. století dochází opět k úpadku vlivem přicházejícího realismu.<sup>30/31</sup>

### 3.2.5 Rétorika ve 20. století

O další uplatnění rétoriky, jako mocného přesvědčovacího nástroje, se zasloužila politická situace v Německu. Tato země potřebovala sjednotit občany a rétorika se stala nástrojem “Třetí říše“, kdy byla používána k masové manipulaci a přesvědčování za účelem propagandy. Tento negativní způsob využívání rétoriky se změnil až kolem roku 1960, kdy nauka o mluveném projevu získává opět kladné využití. Komunikace je snazší a rychlejší díky rozvíjející se technice a novým

---

<sup>29</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 31-32.

<sup>30</sup> HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 11-18.

<sup>31</sup> BUCHTOVÁ, B., pozn. 29. s. 27-34.

médiím. Tím se zvyšují i nároky na komunikaci a roste opět poptávka po ovládní rétoriky zejména ve vědě a školství.<sup>32/33</sup>

### 3.2.6 Rétorika v současnosti

V současné době je o rétoriku stále větší zájem, neboť umění přesvědčit se stává nezbytností k úspěšnosti a využívá se v každodenním životě. Pro některé profese je ovládní rétoriky nezbytně nutné. Jedná se zejména o oblast politiky, médií, obchodu ale i učitelství.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2. S. 168.

<sup>33</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 32.

<sup>34</sup> ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF., pozn. 32. s. 187.

## **4 Faktory podílející se na přesvědčivosti při vysokoškolské přednášce**

Při určování faktorů podílejících se na přesvědčivosti při vysokoškolské přednášce je nutné brát v potaz zejména roli tří důležitých činitelů, kteří ovlivňují úspěšnost mluveného projevu. Je jím sám komunikátor, forma a obsah sdělení a tyto činitele se musí podřídít kontextu, tedy posluchačům, prostředí a také době konání přednášky.

### **4.1 Komunikátor**

Komunikátor je osoba, která sděluje nějakou informaci. Všichni pedagogové jsou pro své studenty mluvním příkladem, proto by si měli na svém projevu dát obzvlášť záležet. Úspěch přednášejícího ovlivňuje jeho osobnost a pedagogické kompetence. Dalším předpokladem přesvědčivého mluvčího jsou tři fundamentální charakteristiky, a sice autorita, kredibilita a empatie. Velmi významnými faktory, které se podílejí na přesvědčivosti přednášejícího, jsou i paralingvistické a extralingvistické prostředky komunikace.

#### **4.1.1 Osobnost pedagoga a jeho kompetence**

##### **a) Osobnost pedagoga**

Šnýdrová definuje osobnost: „*Osobnost je tvořena individuální jednotou biologických, psychologických a sociálních aspektů, je utvářena ve vztazích mezi lidmi a v nich se také projevuje.*“<sup>35</sup>

U pedagogů se předpokládá vyšší úroveň morálních vlastností, nezbytných k vykonávání učitelské profese. Nelešovská uvádí: „*Vyzrálá učitelská osobnost má široký kulturně politický rozhled a vysokou erudovanost ve svém oboru. Učitel musí být specialista na práci s lidmi v procesu vzájemného působení a formování*

---

<sup>35</sup> ŠNÝDROVÁ, I. *Psychodiagnostika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2165-1, S. 10.

*jednoho člověka druhým člověkem.*“<sup>36</sup> Žádný pedagog se neobejde bez komunikativních dovedností a vřelého vztahu ke svým studentům. Přednášející na vysoké škole by měli být dobrými řečníky, aby byli schopni srozumitelně (zřetelně vyslovovat), jasně a přesvědčivě vyložit probíranou látku. Učitel musí být také ukázněným myslitelem, tedy aby byl schopen se soustředit na důležité myšlenky a neodbíhat od tématu.<sup>37</sup>

Pro pedagoga je nezbytná i citová stabilita. Což znamená, že se studenty nenechá vyvést z míry. Psychologie spojuje tuto vlastnost s pojmem “síla ego“, kam patří zdravé sebevědomí, sebedůvěra a vyrovnanost. Díky těmto vlastnostem je pedagog schopen řešit nesnáze objektivně a klidně.<sup>38</sup>

Pedagog se musí přizpůsobovat měnícím se požadavkům společnosti a zároveň se orientovat v nových poznatcích v oblasti vědy, kultury i techniky. Naplněním těchto předpokladů dojde k růstu jeho profesionality.

Na rozvoji osobnosti pedagoga se podílejí tři dimenze:

- Teoretická. (vědomostní)
- Praktická. (dovednostní)
- Osobnostní. (hodnotová)

Po spojení výše uvedených bodů se může pedagog stát profesně připraveným přednášejícím.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0738-1. S. 11.

<sup>37</sup> FONTANA, D. *Psychologie ve školní praxi*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-626-8. S. 365-369.

<sup>38</sup> FONTANA, D., pozn. 37. s. 365-369.

<sup>39</sup> NELEŠOVSKÁ, A., pozn. 36. s. 11-13.

## b) Pedagogické kompetence

V Pedagogickém slovníku jsou pedagogické kompetence vymezeny jako: „*Soubor profesních a osobnostních dovedností a dispozic, kterými má být vybaven učitel, aby mohl efektivně vykonávat své povolání.*“<sup>40</sup> Z tohoto vysvětlení vyplývá, že pedagogické kompetence jsou částečně založeny na přirozených schopnostech a zčásti na dovednostech získaných při studiu a praxi.

V odborné literatuře nenajdeme jednotné vymezení pojmu pedagogické kompetence, ale většina autorů se shodují v tom, že jsou naprosto nezbytné pro kvalitní výkon učitelské profese.

Podlahová uvádí tyto pedagogické kompetence:

- Odborně – předmětové: učitel má osvojené znalosti aprobačního předmětu včetně jeho metodologie, zároveň dokáže vytvářet mezioborové vztahy.
- Psychosociální: pedagog je schopen nahlížet na studenty z hlediska jejich individuálních zvláštností a možností.
- Psychodidaktické: učitel umí strategie vyučování a ovládá učení v teoretické i praktické rovině.
- Komunikativní: pedagog vytváří vztahy mezi jím a studenty, podílí se na tvorbě klimatu ve třídě.
- Řídící a organizační: orientuje se v zákonech a normách souvisejících s výkonem jeho profese, je schopen zajistit podmínky k plynulému vyučovacímu procesu, včetně organizace a hodnocení.
- Poradenské a konzultativní: pedagog by měl umět poradit při řešení nejen studijních, ale i osobních a odborných problémů studentů.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E., MAREŠ, J. Pedagogický slovník. 3. rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-579-2. S. 103.

<sup>41</sup> PODLAHOVÁ, L. *Didaktika pro vysokoškolské učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, ISBN 978-80-247-4217-5. S. 13-15.



### 4.1.2 Autorita

Autorita je pro pedagoga důležitým předpokladem k úspěšné práci se studenty. Pedagog, který nemá u studentů autoritu, může jen stěží plnit výukové cíle a bývá často nepřesvědčivý. Ve Velkém sociologickém slovníku je autorita vymezena jako: „*Jedna z forem uskutečňování moci, která je založena více či méně obecném uznávání vlivu určité osobnosti, instituce nebo skupiny.*“<sup>42</sup>

Autorita se ve spojení s pedagogem rozlišuje na dva významy:

- a) Formální autorita pedagoga - je dána zákony, které určují postavení pedagoga ve společnosti.
- b) Neformální autorita - je označována jako autorita přirozená, která vychází z vlastností, vzdělání, talentu i kvalifikace přednášejícího.

Formální postavení pedagoga nezajišťuje neformální autoritu, o tu se musí snažit a neustále ji posilovat. Kyriacou popisuje tři body, které napomáhají k budování autority.

- Vyjadřování postavení učitele – je důležité si uvědomit, že pokud máme status učitele, musíme také jednat v souladu s ním.
- Kompetentní vyučování – přednášející by měl dát najevo svým studentům, že vyučovanému předmětu rozumí.
- Výkon manažerského řízení třídy – mezi pedagogem a studenty by měly být vymezeny pravidla, aby nebyl narušován průběh přednášky. (z hlediska organizace výuky i chování studentů)<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1. S. 117.

<sup>43</sup> KYRIACOU, Ch. *Klíčové dovednosti učitele*. 2. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-965-8. S. 99-102.

### 4.1.3 Kredibilita

Kredibilita je založena na důvěryhodnosti a odbornosti přednášejícího. Čím vyšší kredibilitu mluvčí má, tím snadněji lze změnit postoj posluchačů. Přednášející se musí zaměřit na následující oblasti, aby svou kredibilitu vybudoval a následně i posiloval:

- Získání důvěry u posluchačů - důvěra je v sociologickém slovníku vymezena jako: „*Typ postoje a zároveň mezilidského vztahu, který vyvolává pocit jistoty plynoucí z přesvědčení, že partner komunikace splní určitá očekávání.*“<sup>44</sup> Mikuláščík upozorňuje na to, že důvěryhodnost si musí přednášející neustále potvrzovat a získávat.<sup>45</sup> Získání důvěry posluchačů podporují dále uvedené činitele.
- Odborná úroveň – posluchači důvěřují více přednášejícím, o nichž je známo, že jsou experti pro daný obor. Expertní úroveň přednášejícího je možno vylepšovat a posilovat a tomu napomáhají osobní zkušenosti, kvalifikace, sebevzdělávání.
- Etiketa – přednášející by měl mít určitý respekt ke svým posluchačům a ovládat pravidla slušného chování. Nerespektováním společenského mravu může docházet ke sporům a ztrátě důvěry.
- Životní zkušenosti přednášejícího – důvěryhodnost přednášejícího je podporována uváděním příkladů z vlastních zkušeností, které napomáhají posluchačům k lepšímu pochopení daného výkladu.
- Nadšení přesvědčovatele – entuziasmus přednášejícího je další z velmi důležitých faktorů pro získání důvěry u posluchačů. Angažovanost přesvědčujícího napomáhá u posluchačů ke snadnějšímu přijetí informací.<sup>46/47</sup>

---

<sup>44</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1. S. 231.

<sup>45</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 70.

<sup>46</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 167-173.

<sup>47</sup> Klapetek, M. *Komunikace, argumentace, rétorika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2652-6. S. 89-90.

Autoři D.W. Allhoff a W.Allhoff ve své publikaci uvádějí, že nadšený přednášející dokáže lépe informovat a přesvědčit posluchače. Entuziazmus se projevuje variabilním přízvukem, tam patří práce s hlasitostí a melodií řeči a obměna tempa řeči. Dále se na něm podílí zrakový kontakt, čili navození kontaktu mezi přednášejícím a jeho posluchači. Dalším faktorem podílejícím se na projevu nadšení je řeč těla.<sup>48</sup> Je nutné se vyvarovat přílišnému nadšení, které naopak působí nepřesvědčivě.

#### 4.1.4 Empatie

Pokud chce přednášející být přesvědčivý, měl by být schopen porozumět pocitům druhých, čili být empatický. Empatie je ve Velkém sociologickém slovníku popsána jako schopnost vcítit se do duševního stavu člověka a na základě toho pochopit druhého člověka.<sup>49</sup> K tomu, aby byl přednášející empatický, se musí vzdát vlastních hodnot, pocitů, předsudků, názorů a do jisté míry přijmout hodnoty druhého člověka, i když jsou odlišné od těch, které zastává sám pedagog. Empatie nám umožňuje pochopit chování druhých lidí v určitých situacích

Schopnost být empatický umožní pedagogům interpretovat získané informace a do jisté míry předvídat psychické rozpoložení studentů. Na základě toho může přednášející přizpůsobit přístup k posluchačům a výuku tak, aby splnila co nejlépe požadované cíle.<sup>50</sup> Pokud přednášející není empatický, může to mít za následek, že u studentů nevyvolá potřebnou důvěru a nepovede se mu studenty přesvědčit.

---

<sup>48</sup> ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2. S. 39-40.

<sup>49</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1. S. 258.

<sup>50</sup> Empatie. *Empatie* [online]. 2012 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://empatie.ic.cz/>.

#### 4.1.5 Neverbální komunikace přednášejícího na vysoké škole

*„Neverbální komunikace zahrnuje širokou oblast toho, co signalizujeme beze slov či spolu se slovy jako doprovod slovní komunikace.“*<sup>51</sup> Jedná se tedy o takovou sociální komunikaci, která neprobíhá verbálním způsobem. Neverbálně komunikujeme pohyby, postoji a držením těla, pohyby očí, gesty, mimikou, doteky, vzdáleností mezi komunikujícími a úpravou zevnějšku. Patří sem i paralingvistické prostředky, které doprovázejí zvukovou produkci mluvčího.<sup>52</sup> Neverbální komunikace má velký vliv na to, jestli přednášející dokáže posluchače přesvědčit či nikoli.

Neverbální komunikací je možné sdělovat:

- Emoce – pocity, afekty, nálady.
- Zájem o sblížení – navázání intimnějšího styku.
- Snahu vytvořit u posluchače dojem “kdo jsem já.”
- Snahu ovlivnit postoj posluchače.
- Řízení chodu vzájemného styku.<sup>53</sup>

Mimoslovní komunikace je často neuvědomělá. Vybíral uvádí, že svou mimoslovní komunikaci si uvědomujeme v předem připravených, plánovaných a promyšlených vystoupeních, kdy je potřeba mít své projevy těla pod kontrolou.

*„Pokud řekneme slova, která nesouhlasí s neverbálním chováním, posluchači věří spíše neverbálnímu chování než řeči.“*<sup>54</sup> Proto k sociálně žádoucím dovednostem patří ovládání řeči těla, která může velmi posílit přesvědčivost přednášejícího.

---

<sup>51</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 81.

<sup>52</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 106-115.

<sup>53</sup> KŘIVOHLAVÝ, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme*. Praha: Svoboda, 1988. S. 33.

<sup>54</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 123.

Neverbální komunikace se využívá k:

- Podpoření řeči. (regulování tempa, zdůraznění informací)
- Nahrazení řeči. (symboly)
- Vyjádření emocí.
- Vyjádření interpersonálního postoje. (sympatie, dominance, pochybnost)
- Uskutečnění sebevyjádření. (představení sebe sama)<sup>55</sup>

Gavora ve své knize dělí neverbální komunikaci na dvě skupiny: paralingvistické prostředky a extralingvistické prostředky.

#### a) **Paralingvistické prostředky**

*„Paralingvistické prostředky – skrze ně se zvukově realizuje slovní vyjadřování. Jedná se o modulaci hlasu, rychlost řeči, pauzy, slovní důraz a barvu řeči.“<sup>56</sup>* Správným ovládním paralingvistických prostředků tedy může přednášející podpořit svou přesvědčivost.

Je zřejmé, že k přesvědčivému výkladu nestačí jen odborné vědomosti, ale i schopnost využívat správné techniky řeči, které jsou nezbytné pro výkon učitelské profese, neboť se podílejí na persvazibilitě zprávy.

#### **Modulace hlasu**

Jedná se o střídavé klesání a stoupání hlasu. Mezi prostředky modulace hlasu patří síla, výška a barva. Mluvčí by měl svůj hlas obměňovat tak, aby řeč nebyla jednotvárná a zároveň, aby prezentovala jeho vztah k obsahu, posluchačům, jeho zájem a nadšení.

- Síla hlasu – Přednášející by měl intenzitu hlasu přizpůsobit okolnostem. (velikosti posluchárny, akustické kvalitě místnosti a množstvím posluchačů) Přednášející, který reguluje sílu hlasu ztišováním a zesilováním může předejít monotónnosti přednesu. Pokud přednášející

---

<sup>55</sup>VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 90.

<sup>56</sup>GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 99-100.

mění účelně sílu hlasu, může ovlivnit i atmosféru ve třídě, změnit náladu, zklidnit posluchače či oživit jejich zájem.<sup>57</sup> Gavora zmiňuje, že pedagogové, kteří používají při přednáškách tichý hlas, značí nedůvěru, strach, trému a důsledkem je jeho nepřesvědčivost. Pokud přednášející mluví dostatečně nahlas, značí sebevědomí, jistotu a pro posluchače je takový přednes přesvědčivější.<sup>58</sup>

- Výška hlasu – Jedná se o tzv. melodii hlasu. (intonaci) Intonační proměnlivostí může přednášející vyjádřit citové zaujetí, rozčlenit od sebe věty, správně intonovat oznamovací, tázací, rozkazovací a zvolací věty, čímž se usnadní správné pochopení významu sdělení.<sup>59</sup>
- Barva hlasu – Je určena anatomii a fyziologií přednášejícího a nese rozmanité znaky, kdy má někdo hlas zvučný nebo pisklavý apod. Barva hlasu je závislá i na psychickém a fyzickém stavu (únava, radost, vzrušení...) a posluchači poznají, když něco není v pořádku, a tím pádem dochází k tomu, že je pro ně přednášející nepřesvědčivý.<sup>60</sup>

Pro posluchače je příjemný hlas, jehož zabarvení je sametový, jasný, výrazný. Naopak hlas chladný, zastřený, nevýrazný bývá pro posluchače nepříjemný.<sup>61</sup>

### **Rychlost řeči**

Tempo řeči se vyjadřuje počtem slov za minutu. Takové tempo, které je pro posluchače přijatelné, nazývá Krhutová "běžným tempem řeči", tedy asi 100 slov za minutu.<sup>62</sup> Nejen při pedagogické přednášce je vhodné tempo řeči měnit. Zkušený přednášející umí využívat tempo řeči takovým způsobem, aby důležité informace zdůraznil či na ně upozornil.

---

<sup>57</sup> KRHUTOVÁ, M. *Mluvený projev: Modul výuky pro řízené samostudium*. Praha, 2006. ISBN 978-80-213-1717-8. Metodický materiál. Česká zemědělská univerzita. S.20.

<sup>58</sup> GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 101-104.

<sup>59</sup> KRHUTOVÁ, M., pozn. 58. s. 21.

<sup>60</sup> GAVORA, P., pozn. 59. s. 101-104.

<sup>61</sup> KRHUTOVÁ, M., pozn. 58. s. 21.

<sup>62</sup> KRHUTOVÁ, M. *Mluvený projev: Modul výuky pro řízené samostudium*. Praha, 2006. ISBN 978-80-213-1717-8. Metodický materiál. Česká zemědělská univerzita. S. 22.

Nové, významné či složitější informace by měl přenášející sdělovat pomalejším tempem. Naopak známá fakta lze prezentovat rychleji.<sup>63</sup>

Učitelé bývají někdy v časové tísní a tak se snaží v krátkém čase říci mnoho informací. Gavora upozorňuje, že rychlé tempo řeči po celou dobu přednášky má za důsledek nepříjemnou atmosféru ve třídě, a také dochází k rychlé únavě studentů. Zároveň může dojít u přednášejícího ke zhoršení výslovnosti a studentům mohou unikat souvislosti. Ovšem ani příliš pomalé tempo řeči není vhodné, jelikož studenti přestávají být pozorní a ztrácejí zájem o učivo.<sup>64</sup>

### **Pauzy**

Pauzou v řeči se rozumí přestávka v mluveném projevu. Vhodně umístěné pomlky zajišťují dynamičnost a dramatičnost projevu, zároveň může přednášející posluchače uklidnit nebo je naopak uvést do očekávání. Přednes bez pomlek je pro posluchače náročný a únavný.<sup>65</sup>

Rozlišují se tři druhy pauz:

- 1) *Fyziologická pauza* – je pauza sloužící k nádechu, měla by se využívat s pauzou logickou.
- 2) *Logická pauza* – slouží k členění výkladu a podílejí se na srozumitelnosti řeči.
- 3) *Výstražná pauza* – přednášející nenadále přestane mluvit a využívá se jako prostředek k opětovné upoutání pozornosti.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 120.

<sup>64</sup> GAVORA, P., *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 101-104.

<sup>65</sup> GAVORA, P., pozn. 65. s. 101-104.

<sup>66</sup> GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 101-104. GAVORA, P., pozn. 64. s. 101-104.

## Větný přízvuk

*„Slovní důraz je významným prostředkem regulace pozornosti žáků. Projev bez důrazu působí monotónně a unavuje.“<sup>67</sup> V klasické oznamovací větě leží přízvuk na konci věty. Pokud přednášející chce něco zdůraznit, pak lze přesunout slovní důraz na to slovo, které je pro něj důležité.<sup>68</sup>*

## b) Extralingvistické prostředky

*„Extralingvistické prostředky jsou mimořечové prostředky komunikace. Nevyjadřují se zvukem, ale tělem. Hlavními extralingvistickými prostředky jsou gesta, mimika, pohyb, pohled, dotyk, poloha a držení těla, vzdálenost mezi komunikujícími a vzhled člověka“<sup>69</sup>*

### Mimika

*„Mimika je pohyb svalů tváře. Je to nejdůležitější neverbální prostředek k vyjadřování pocitů člověka. Mimikou vyjadřujeme různé odstíny pocitů od pozitivních k negativním.“<sup>70</sup>*

Nelešovská odlišuje sedm primárních emocí, které lze vyčíst z výrazu obličeje:

- Štěstí – neštěstí.
- Neočekávané překvapení – splněné očekávání.
- Strach – pocit jistoty.
- Radost – smutek.
- Klid – rozčílení.
- Spokojenost – nespokojenost.
- Zájem – nezájem.<sup>71</sup>

---

<sup>67</sup> GAVORA, P., pozn. 67. s. 104.

<sup>68</sup> KRHUTOVÁ, M. *Mluvený projev: Modul výuky pro řízené samostudium*. Praha, 2006. ISBN 978-80-213-1717-8. Metodický materiál. Česká zemědělská univerzita. S.23-24.

<sup>69</sup> GAVORA, P., pozn. 67. s. 99-100.

<sup>70</sup> GAVORA, P., pozn. 67. s. 106.

<sup>71</sup> NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0738-1. S. 48.



Studenti během přednášky vysílají mnoho zpráv svými mimickými projevy. Pokud přednášející dokáže tyto zprávy přijmout a dešifrovat, dokáže tak svým posluchačům lépe porozumět a může přednášku přizpůsobit tak, aby byla co nejefektivnější.

### **Pohledy očí**

Pohledy očí jsou nejčastější prostředek neverbální komunikace., *Zrakový kontakt reguluje průběh rozhovoru, signalizuje ochotu a pozornost, zprostředkovává zpětnou vazbu a může signalizovat emocionální vyladění.*“<sup>72</sup> Výraz očí prozrazuje jak o učiteli, tak o jeho posluchačích jejich stav: radost, smutek, nejistotu, nervozitu, únavu apod. Pedagog může určit stav studentů z výrazu očí, kdy přímý pohled znamená jistotu, připravenost a otevřenost. Naopak útěky pohledem mohou znamenat nepřípravenost nebo i nejistotu. Je důležité, aby přednášející udržoval s posluchači neustálý kontakt. Zároveň učitel může kontrolovat podle výrazů v obličeji, zdali mu studenti rozumí, jestli nemluví rychle a složitě.<sup>73</sup>

Řeč očí obsahuje prvky:

- Zaměření pohledu – značí kam je pohled zaměřen. Takzvaným terčem, kterým pak může být posluchač, předmět nebo detail. Pohledy na strop, na podlahu či do oken jsou “únikové pohledy“, které vyjadřují nejistotu přednášejícího.<sup>74</sup>
- Doba trvání bodového zaměření pohledu – určuje jak dlouho se přednášející dívá na určitý terč. Nejcitlivější je pohled z očí do očí. Pokud pohled pedagoga trvá dlouho, může být pro studenta nepříjemným.

---

<sup>72</sup> ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2. S. 27.

<sup>73</sup> HÁJKOVÁ, E. HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 149-158.

<sup>74</sup> SVATOŠ, T. *Kapitoly ze sociální a pedagogické komunikace*. 3. vyd. Hradec králové: GAUDEAMUS, 2009. ISBN 978-80-7435-002-3. S. 64-68.

- Četnost pohledů – neboli rozložení pohledů na jednotlivé posluchače. Přednášející by se měl podívat na všechny studenty, aby měli pocit, že mluví právě s nimi.
- Celkový objem pohledů – je možno vypočítat součtem četnosti pohledů a jejich trvání po dobu přednášky. Jedná se o ukazatel sociálního zájmu. Studenti jsou velmi citliví na objem učitelových pohledů a rychle si všimnou rozdílného jednání k jednotlivým studentům.
- Sled pohledů – jedná o pořadí pohledů přednášejícího na studenty a platí to i u studentů. (při položení otázky se podívá nejdříve na ostatní studenty nebo po odpovědi se může očima “zeptat“, zdali odpověděl správně)
- Úhel pootevřených víček – posluchači jsou schopni odlišovat několik úhlů pootevření víček. Oči dokořán působí přesvědčivěji, než s přivřenými víčky.
- Průměr zornice – je přímoúměrný intenzitě emocionálního vztahu člověka
- Odklon směru pohledu – přednášející se může přímo podívat na posluchače, ale lze se dívat i zpod řas při skloněné hlavě.
- Tvary a pohyby obočí – dochází k deformaci kůže poklesem nebo naopak otevřením očí.<sup>75</sup>

Z pohledů lze určit sympatie jak k přednášejícímu, tak i ke studentům: „*Různá délka pohledu nás informuje o tom, že se dále díváme na osobu, které si vážíme, nebo na preferované osoby, kterým dáváme z nějakého důvodu přednost.*“<sup>76</sup>

### **Pohyb (Kinezika)**

Pohyb přednášejícího v prostoru by měl být omezený. Hájková doporučuje, aby řečník stál v pomyslné špičce trojúhelníka, který je protilehlý k základně, tedy k první řadě posluchačů.<sup>77</sup> Není však potřeba, aby přednášející stál na jednom místě

<sup>75</sup> NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0738-1. S. 49-50.

<sup>76</sup> NELEŠOVSKÁ, A., pozn. 76. s. 50.

<sup>77</sup> HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 149-158.

po celou dobu přednášky, naopak pohyb umožňuje zmírnit nervozitu a spotřebovat přebytečnou energii. Přednášející by si měl své “cesty“ promyslet, aby se pohyb nestal nadměrným a nenarušoval průběh přednášky.

Křivohlavý rozlišuje pohyby na:

- Bodové činnosti – trvají několik sekund až několik desítek sekund. Mezi bodové činnosti patří například podání ruky nebo kývnutí hlavou na souhlas.
- Pohybové pozice – trvají 5-20 minut. Patří sem například příprava přednášejícího po příchodu do auditoria. (zprovoznění techniky, poznámek apod.)
- Pohybová prezentace – zahrnují celkový vzor pohybové činnosti a mohou trvat hodiny. Na vysoké škole pohybová prezentace začíná příchodem přednášejícího a končí jeho odchodem. Spadá sem celkové pohybové dění během celé přednášky.<sup>78</sup>

Hierhold uvádí přijatelné pohyby, které nijak nenaruší přesvědčivost:

- Postoupit směrem ke své cílové skupině.
- Přejít k pomocnému prezentačnímu prostředku.
- Nasměrovat se k oknu.
- Jít k projekční ploše.
- Jít k věci, kterou si přednášející někde záměrně umístili, prostě jen proto aby k ní mohli občas zajít.
- Důležité je, aby se přednášející neotáčel ke svým posluchačům zády, mohli by mít pocit vyloučení z komunikace a přednášející je bez zrakové kontroly třídy.
- Mezitím je potřeba demonstrativně pevně stát a držet pevný postoj.<sup>79/80</sup>

---

<sup>78</sup> KŘIVOHLAVÝ, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme*. Praha: Svoboda, 1988. S. 68.

<sup>79</sup> HIERHOLD, E. *Rétorika a prezentace*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0782-9. S. 305.

<sup>80</sup> HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 149-158.

## Gesta

„Pod gestiku zahrnujeme pohyby rukou, hlavy, případně i nohou, které mohou dokreslit verbální sdělení, případně ho zastoupit.“<sup>81</sup> Přesvědčivost přednášejícího posiluje úměrné a kultivované užívání gest. Gesta prozradí entuziasmus přednášejícího, který je motivačním faktorem pro studenty. Pedagog by se měl vyvarovat přílišnému používání gest, kdy studenti ztrácí pozornost od sdělení učitele.<sup>82</sup>

Gavora dělí gesta do čtyř skupin:

- Ilustrace – taková gesta, kdy přednášející rukou něco kreslí, naznačuje směr, tvar, velikost.
- Regulátory – gesta, která usměrňují chování. (vzpřímený ukazováček = pozor, prst přiložený ke rtům = ticho)
- Znaky – patří sem gesta, která mají svůj vlastní význam. Příkladem tohoto druhu gesta je zdvižený palec = dobré, palec dolů = špatné.
- Uvolňovací gesta – jedná se o mimovolné pohyby, zmírňující napětí přednášejícího. (upravování si vlasů, srovnání brýlí, klepání na stůl, hraní si s tužkou apod.) Tyto gesta by se měl přednášející snažit potlačit, aby nesnižoval svou přesvědčivost.<sup>83</sup>

## Postoj a držení těla (Posturika)

Disciplína, která se zabývá postavením těla, se nazývá posturologie „Pod pojmem posturika rozumíme držení těla, napětí nebo uvolnění, náklon, poloha rukou, nohou, hlavy, konfigurace všech částí těla a směr natočení těla.“<sup>84</sup> Postoj přednášejícího je dán jeho temperamentem a povahou.

---

<sup>81</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 157.

<sup>82</sup> GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 105-111.

<sup>83</sup> GAVORA, P., pozn. 83. s. 105-106.

<sup>84</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 127.

Hierhold popisuje, jaký by měl mít postoj přednášející, pokud chce působit jistě a přesvědčivě:

- Stát čelem k cílové skupině.
- Nohy rovnoměrně zatížené, asi na šíři ramen.
- Váha na celých chodidlech.
- Vzpřímený postoj.
- Paže volně visící podél těla, nebo s rukama volně vloženými do sebe před sebou nad úroveň pasu.
- Přívětivý a důvěru vyzařující výraz obličeje.

Buchtová upozorňuje na několik postojů, které mohou působit nepřesvědčivě a přednášející by se jim měl vyvarovat:

- Hrbení vyvolává dojem strachu a nejistoty, zároveň může mít negativní vliv na dýchání a řeč.
- Pohupování může narušit pozornost studentů při vnímání přednášky.
- Zkřížené paže značí odmítavý a obranný postoj.
- Ruce v kapse působí neuctivě k posluchačům.
- Ruce za zády tento postoj může být studenty vnímán jako jistá nadřazenost přednášejícího.<sup>85/86</sup>

V menší posluchárně, či k menšímu počtu posluchačů je možné, aby pedagog seděl na židli a to uvolněně a zpříma. Je nezbytné se vyvarovat houpání na židli, které může u posluchačů vyvolat dojem, že přednášející je arogantní a povýšený a nezajímá se o své posluchače.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> HÁJKOVÁ, E., *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 149-158.

<sup>86</sup> BUCHTOVÁ, B., *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 181-187.

<sup>87</sup> HÁJKOVÁ, E., *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 149-158.

## **Doteky (Haptika)**

„Při komunikaci s lidmi se často stává, že se lidé dotýkají. Doteky mohou mít různý význam: formální, neformální, přátelský, intimní.“<sup>88</sup> Patří sem: pohlázení, poplácání, objetí, podání ruky, odstrčení. Nejčastějším dotekem při komunikaci je podání ruky, či přátelské poplácání po paži.<sup>89</sup>

Mikuláščík uvádí, že lidské tělo je rozděleno do několika pásem.

- Pásmo společenské, profesionální a zdvořilostní = ruce, paže.
- Pásmo osobní, přátelské = paže, ramena, vlasy, obličej.
- Pásmo intimní, erotické a sexuální = neomezené.<sup>90</sup>

Pásma, označovaného jako “intimní“, se pedagog nesmí dotknout. Mezi povolená pásma patří hlava, záda, ramena a ruce.<sup>91</sup> Při přednášce však málokdy dochází mezi studenty a přednášejícím k tomuto způsobu neverbální komunikace.

## **Vzdálenost mezi komunikujícími (Proxemika)**

Pod pojmem proxemika se rozumí vzdálenost mezi přednášejícím a posluchači.<sup>92</sup> Vzdálenost při komunikaci může prozradit sympatie a nesympatie. Pokud jsou si lidé sympatičtí, je mezi nimi menší vzdálenost. Naopak pokud převládá mezi komunikujícími nesympatie, tak je vzdálenost větší. Přednášející by měl měnit vzdálenost funkčně: jestli jde o výklad, pokárání či pochvalu apod.

---

<sup>88</sup> MIKULÁŠTÍK, M., *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S.130.

<sup>89</sup> MIKULÁŠTÍK, M., pozn. 89. s.123-134.

<sup>90</sup> MIKULÁŠTÍK, M., pozn. 89. s. 130.

<sup>91</sup> GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 107.

<sup>92</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 107-115.

Mikuláščík uvádí čtyři základní vzdálenosti při komunikaci:

- Intimní vzdálenost – od úplného dotyku do půl metru. Je to vzdálenost, která vyhovuje intimním vztahům. V této vzdálenosti se lidé necítí dobře, kteří vedou běžný pracovní rozhovor.
- Osobní vzdálenost – od 0,5 m do 2 metrů.
- Skupinová vzdálenost – od 1 m do 10 m. Jde o situace, kdy jedinec mluví ke skupině, která se nachází v místnosti.
- Veřejná vzdálenost – od 2 m do 100 m. Příkladem může být veřejný projev na náměstí.<sup>93</sup>

Na vysoké škole při přenáše se setkáváme nejčastěji se skupinovou vzdáleností, kdy přednášející má dostatek prostoru pro sebe a i posluchači v lavicích mají svůj prostor. Někteří studenti si mohou svou plochu zvětšit např. odložením svých věcí na vedlejší místo. Narušením tohoto prostoru může vyvolat pocity neklidu, nervozity, nepříjemnosti.<sup>94</sup>

### Úprava zevnějšku a prostředí

*„Celkový image je dotvářen tím, jak je člověk oblečen, jaký má vkus, jak je upraven, učešán, zda je čistý a svěže vonící.“*<sup>95</sup> Přednášející nejen na vysoké škole působí jako vzor, proto by měl volit oblečení, které nebude proti dobrému vkusu a bude odpovídat normě oblékání a vzhledu. Podle oblečení a vzhledu studenti často kategorizují přednášejícího. Vzhled a oděv prozrazuje na přednášejícího mnoho informací: pohlaví, věk, pracovní postavení nebo identitu s určitou společenskou nebo profesní skupinou.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> MIKULÁŠTÍK, M., *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 129-130.

<sup>94</sup> NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0738-1. S. 54-56.

<sup>95</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 132.

<sup>96</sup> GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9. S. 108.

Svatoš upozorňuje, že na výsledek komunikačního aktu má vliv i úprava prostředí. Každé prostředí má specifické vlastnosti: rozměry posluchárny, vybavení, rozsazení studentů, osvětlení, hluk a akustické vlastnosti, které mají na posluchače vliv. Proto je výhodné jak pro přednášejícího, tak pro posluchače, být v učebně kterou znají.<sup>97</sup> „*Lépe se cítíme v prostředí, kde máme jistotu, to znamená v prostředí známém, ve kterém jsme zvyklý se pohybovat. Obecně platí, že příjemnější prostředí vyvolává pocit pohody, klidu.*“<sup>98</sup>

## 4.2 Sdělení

„*Být dobrým řečníkem vyžaduje osobnostní předpoklady, hluboké a široké znalosti problému, o němž bude prosloven projev, mluvit srozumitelně, věcně správně a přesvědčivě se může většina lidí naučit.*“<sup>99</sup>

Aby jsme se mohli stát dobrým řečníkem a přesvědčivě sdělovat informace, je zapotřebí mít motivaci a vnitřní zaujetí a zároveň mít snahu se neustále učit a zlepšovat.<sup>100</sup>

Přednášející by měl způsob sdělení přizpůsobit svým posluchačům. Správná volba slovní zásoby je nezbytná k tomu, aby přednáška byla pro studenty dobře pochopitelná. Nové termíny a pojmy by měl pedagog vždy vysvětlit. Pedagog jako vzor mluvčího by měl mluvit spisovně.<sup>101</sup>

---

<sup>97</sup> SVATOŠ, T. *Kapitoly ze sociální a pedagogické komunikace*. 3. vyd. Hradec králové: GAUDEAMUS, 2009. ISBN 978-80-7435-002-3. S. 47.

<sup>98</sup> MIKULÁŠTÍK, M., pozn. 96. s. 132.

<sup>99</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 81.

<sup>100</sup> BUCHTOVÁ, B., pozn. 100. s. 81.

<sup>101</sup> SVATOŠ, T. *Kapitoly ze sociální a pedagogické komunikace*. 3. vyd. Hradec králové: GAUDEAMUS, 2009. ISBN 978-80-7435-002-3. S. 78-80.



### 4.2.1 Přednáška

*„Přednáška je slovní výklad určitého tématu, podaného mluvčím v logicky uspořádané struktuře v omezeném časovém úseku. Vyžaduje od mluvčího přehledné členění obsahu a věcně správné, přesné ale i obecně srozumitelné formulace.“*<sup>102</sup> Aby byl přednášející pro své posluchače přesvědčivý, měl by svou rétoriku podřítit tomu, co chce sdělit a docílit tak zajímavé, přínosné přednášky, která zároveň plní očekávání posluchačů.<sup>103</sup>

Přednáška je verbální metoda, která je pro pedagogy velmi náročná. Vyčerpávající je to ovšem i pro studenty, kteří se musí dlouhodobě soustředit, proto by souvislý výklad neměl být delší než 20 minut, kdy začíná klesat pozornost posluchačů a v této době by mělo dojít k uvolnění napětí použitím otázek, příklady, vtipem apod.<sup>104</sup> Cílem přednášky je předat studentům nové informace, pomáhat utvářet názory k danému tématu, vést k jednání.<sup>105</sup>

Hájková doporučuje při přípravě přesvědčivé přednášky postup, který vytvořil již zmíněný Aristoteles:

- Invence – stanovit si téma přednášky a vymezit si cíl, o čem se posluchači mají přesvědčit, čemu se naučit. Nezbytné je shromáždit co nejvíce materiálu a argumentů a vybrat ty nejvhodnější.
- Dispozice – uspořádat přednášku, která zaujme posluchače tak, aby udrželi co nejdéle svou pozornost.

Struktura by měla obsahovat:

Úvod – záměrem je motivovat posluchače, seznámit je s tématem, cílem, obsahem a strukturou přednášky. Měl by být dlouhý do té doby, než si získá pozornost posluchačů. Výhodné je zmínit i užitečnost a přínos přednášky pro studenty.

---

<sup>102</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8. S. 85.

<sup>103</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. S. 289-291.

<sup>104</sup> ROHLÍKOVÁ, L. *Vyučovací metody na vysoké škole*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4152-9. S. 26-30.

<sup>105</sup> BUCHTOVÁ, B., pozn. s. 85-88.

Stat' – hlavní část přednášky, obsahuje důležitá tvrzení, která jsou doplňována argumenty, příklady které podporují přesvědčivost pedagoga.

Závěr – formulace nejdůležitějších bodů přednášky a závěry z ní vyplývající. Důležité je sdělit studentům odkazy na zdroje, ze kterých mohou čerpat potřebné informace.

- Elokuce – Přednášející by měl mít co nejvíce informací o svých posluchačích. aby mohl zvolit správný styl řeči tak, čímž bude přednáška pro posluchače srozumitelná a přesvědčivá.
- Zapamatování – Přednášející by vůbec neměl přednášku číst ze svých poznámek, jelikož to snižuje přesvědčivost. Pedagog by měl mít připravené hlavní body, které sdělí a ty následně volně o nich promluví a vysvětlí je.
- Realizace přednášky – Před vlastním výstupem by si měl přednášející vyzkoušet sílu hlasu, zkontrolovat svůj vzhled a pokud používá při přednášce techniku, tak i otestovat zda vše funguje.<sup>106/107</sup>

### 4.3 Kontext

Mikuláščík uvádí: „*Komunikační kontext je situace, celkový rámec, ve kterém komunikace probíhá.*“<sup>108</sup> Komunikace je ovlivňována různými stimuly, na které přednášející na vysoké škole musí brát ohled a to zejména posluchači, prostorem a časem.

---

<sup>106</sup> PODLAHOVÁ, L. *Didaktika pro vysokoškolské učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4217-5. S. 38-44.

<sup>107</sup> HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0. S. 93-148.

<sup>108</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 28.

### 4.3.1 Posluchači

Ve velkém sociologickém slovníku je pojem posluchači vysvětlen jako: „Zpravidla větší skupina lidí, která je krátkodobě či dlouhodoběji v roli recipientů.“<sup>109</sup> Mikuláščík uvádí o poslouchání, že se jedná o dovednost, která je nejhůře osvojitelná, ačkoli posloucháním strávíme mnoho času. „Někteří z nás jsou dobrými posluchači, někteří horšími, někteří z nás jsou horšími posluchači jen občas. Někdo nemá dispozice k tomu být dobrým posluchačem.“<sup>110</sup>

Přednášející na vysokých školách předpokládají, že studenti tuto dovednost ovládají a jsou schopni se na přednášku soustředit a zapamatovat si nejdůležitější informace, k čemuž nejčastěji slouží poznámky, které si student zapisuje. Mikuláščík takového posluchače označuje „dobrým posluchačem“, který vnímá vše, co přednášející prezentuje, je schopen držet pozornost dostatečně dlouhou dobu a je ochoten přijmout i myšlenky, které nejsou v souladu s jeho přesvědčením. U takového posluchače se předpokládá i zpětná vazba.<sup>111</sup>

Ovšem je málo pravděpodobné, že se sejde na přednášce publikum, kde budou všichni dobrými posluchači. Je nezbytné, aby přednášející byl přesvědčivý, upoutal jejich pozornost a udržel zájem co nejvíce studentů.<sup>112</sup>

---

<sup>109</sup> MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 2. P-Z.* 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-310-5. S. 899.

<sup>110</sup> MIKULÁŠTÍK, M., pozn. s. 98-109.

<sup>111</sup> MIKULÁŠTÍK, M., *Komunikační dovednosti v praxi.* 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4. S. 101.

<sup>112</sup> BORG, J. *Umění přesvědčivé komunikace: Jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1971-9. S. 33-46.

### 4.3.2 Prostředí

Vliv na přesvědčivost přednášejícího má i prostředí, ve kterém přednáška probíhá. Pedagog by se měl vždy s prostorem předem seznámit, aby ho nic nepřekvapilo a neoslabil tak svou přesvědčivost. V úvahu se musí brát velikost auditoria, vybavení posluchárny, ale i osvětlení, teplota, možnost větrání a zejména akustické aspekty.<sup>113</sup>

Vliv prostředí vyvolává u studentů určitou atmosféru, která má dopad na jejich výkon. Pokud je prostředí příjemné, dobře prosvětlené, klidné a apod., mohou se více soustředit na výklad. Pokud se vyskytují rušivé vlivy jako například hluk z ulice, šero, velké teplo atd., mají posluchači zhoršené podmínky pro vnímání přednášky.<sup>114</sup>

### 4.3.3 Čas

Velký význam na úspěšnost přednášky má i čas, ve kterém se uskuteční. Nejvýhodnější dobou je pro studenty dopoledne kolem 9. a 10. hodiny a odpoledne mezi 15. až 18. hodinou, kdy jsou posluchači schopni být velmi pozorní. Vliv na pozornost posluchačů mají i dny, ve kterých se přednáška koná.

Mareš a Křivohlavý uvádějí, že lepší výsledky mají studenti od úterka do čtvrtka a naopak v pondělí a pátek jsou výkony studentů slabší. Ovlivnit úspěšnost přednášky může i to, jaký program měli studenti před přednáškou a jaký program je čeká po ní. Studenti mohou přijít do posluchárny už unavení po nějakém náročném předmětu, čímž se snižuje jeho schopnost pozornosti.<sup>115</sup>

---

<sup>113</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 142-153.

<sup>114</sup> MIKULÁŠTÍK, M., pozn. 112. S. 132.

<sup>115</sup> MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ., *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3. S. 35-37.

Hierhold v takovém případě navrhuje možnosti k obnovení pozornosti posluchačů:

- Akustický signál – přednášející může nechat něco upadnout na zem, či menší úder rukou do stolu.
- Osobní oslovení – přednášející může studenta zapojit do diskuze, ovšem je důležité správné načasování.
- Kladení vhodných otázek – přednášející docílí k opětovnému získání pozornosti studentů.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> HIERHOLD, E. *Rétorika a prezentace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0782-9. S. 342-344.

## **Praktická část**

### **5 Charakteristika výzkumu**

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku správné přesvědčivosti v komunikaci a to zejména při vysokoškolské přednášce. V praktické části je provedena analýza jedné přednášky s ohledem na přesvědčivost přednášejícího, kdy byly zohledněny faktory ji ovlivňující. Následuje vzorek dotazníků, vyplněn od studentů, kteří se přednášky zúčastnili. Dotazník je zaměřen na důvěryhodnost přednášejícího, jako jeden z nejvýznamnějších aspektů přesvědčivosti.

Cílem praktické části je stručně analyzovat přednášku a použít získané vědomosti z teoretické části. Pro svou praktickou část jsem si vybrala přednášejícího z Technické univerzity v Liberci. Jako výzkumnou metodiku jsem pro účely práce zvolila pozorovací metodu a posléze jsem empirickým šetřením za pomoci anonymního dotazníku zhodnotila názory posluchačů na přednášejícího.

## 5.1 Analýza přednášky

Přednáška týkající se literatury, probíhala v menší třídě pro zhruba 40 lidí. Byla ovšem obsazena jen z poloviny. Ve třídě se nacházelo standardní vybavení: lavice, tabule, katedra, zpětný projektor a počítač. Přednášející techniky vůbec nevyužil, vše zaznamenával na tabuli. Třída byla dobře prosvětlená. Pro studenty i přednášejícího byla třída velmi známá. Akustika učebny byla vyhovující, přednášející byl slyšet dobře i v posledních lavicích. Přednáška se konala v poledních hodinách, kdy posluchači mohli být celkem unaveni a s nižší pozorností.

Příchod přednášejícího byl velmi klidný a ve třídě se všichni utišili. Nejdříve odložil věci na katedru (hodinky, pití, poznámky), poté otevřel okno, což bylo nezbytné pro třídu, kde bylo poměrně teplo. Studenti se mezitím velmi zklidnili a očekávali, kdy přednášející začne hodinu. Přednášející všechny studenty pozdravil se silným očním kontaktem, který měl zřejmě všechny posluchače oslovit, aby všichni upoutali pozornost. Po chvíli okno zavřel z důvodu eliminace přílišného hluku z ulice, který začal narušovat pozornost posluchačů.

Přednášející byl oblečen do nepříliš formálního oblečení, ale vkusně. Měl plátěné kalhoty s tričkem, u kterého měl ohnuté rukávy k loktům. Na začátku přednášky zopakoval pedagog, co se probíralo v minulé hodině a co je cílem této přednášky, čímž posluchači byli namotivováni a zjistili tak, čím bude pro ně přednáška přínosná.

Přednášející většinu přednášky stál. Postoj přednášejícího působil sebevědomě, v mírném rozkročení, narovnaná záda. Ruce využíval zejména ke gestikulaci. Po třídě se pohyboval v rozmezí tabule, na níž psal poznámky. Při psaní nejdůležitějších bodů na tabuli, využíval nejdříve bočních křídel tabule, takže byl ke studentům bokem, čímž nedocházelo k narušení pozornosti u posluchačů. Poté, co musel využít zbytek tabule a ocitl se ke studentům zády, tak to byl vždy jen krátký okamžik, který nijak nenarušoval, jelikož přednášející zvolil pauzu a tak “nemluvil k tabuli.”

Zrakový kontakt udržoval přednášející se svými posluchači ve velmi silné míře. Občas zamířil pohledem do stropu či na zeď, ale pouze v těch chvílích, když se soustředil a promýšlel odpověď na otázky studentů. Mimika přednášejícího souhlasila s verbálním projevem. Po dobu přednášky se často usmíval, zejména pokud kladl otázky, což vyvolávalo přátelskou atmosféru a studenti se nebáli odpovědět. Při zdůraznění nějaké informace přednášející lehce více otevřel oči a nadzvedl obočí. Při přednášce jsem nezaznamenala žádnou haptiku. Což neumožňovala ani organizační forma výuky, tedy hromadné vyučování. Přednášející byl ve vzdálenosti ke studentům zhruba od 1m do 8m, tedy v osobní až skupinové vzdálenosti. Přednášející hojně využíval gest a ta odpovídala jeho nadšení, které by mělo být motivujícím faktorem pro studenty. Občas bylo gest ovšem přespříliš, kdy narušovaly výklad a pozornost studentů, čímž mohla být snížena jeho přesvědčivost.

Přednášející využíval převážně ilustrátory, které napomáhaly doplnit jeho tvrzení. (znázornění počtu na prstech, potvrzení informace zapsané na tabuli apod.) Pohyby hlavou nebyly časté a jednalo se zejména o kývání, jako souhlas při kladení otázek studentů. Dále jsem zaznamenala i regulátory a to v momentě, kdy přednášející chtěl vybrat někoho, aby zodpověděl otázku (ukázání na studenta) nebo vztyčený ukazováček pro zdůraznění informace. Jednou jsem zaznamenala zkřížené ruce při výkladu, kterým by se měl přednášející vyvarovat, jelikož to vypadalo velmi nepřesvědčivě a odmítavě. Dále jsem si všimla, že při kladení otázek studenty si přednášející podpíral rukou bradu a hlavu měl mírně nakloněnou do strany, bylo vidět, že nad otázkou přemýšlí.

Přednášející z paralingvistického hlediska působil velmi přesvědčivě. Síla hlasu naprosto odpovídala tomu, aby slyšeli dobře všichni studenti. Když potřeboval přednášející nějakou informaci zdůraznit, hlas ještě zesílil. Přednášející vhodně využíval k vyzdvižení informace slovní důraz. Dobrá práce s hlasem určitě napomáhala k udržení pozornosti studentů. Přednášející využíval i pauzy, tedy přestávky v mluvení. Zaznamenala jsem zejména fyziologické pauzy sloužící k nádechu, ale byly zároveň propojeny s pauzami logickými, kterými byl text členěn a tak byl výklad pochopitelný. Tyto pauzy občas využil ke krátkému napití. Výstražnou pauzu k upoutání pozornosti nemusel vůbec využít. Tempo řeči bylo po celou dobu přiměřené, jen ke konci přednášky se mírně zrychlilo, zřejmě proto,



aby přednášející stihl říci všechno co potřeboval. To mohlo pro studenty působit trochu chaoticky a nesrozumitelně.

Přednášející působil během celého výkladu velmi jistě a přesvědčivě. Bylo zřejmé, že pedagog tématu velmi dobře rozumí a hodinu si připravil. Během výkladu používal nové termíny, které následně vysvětlil. Otázky kladené studenty bez problémů zodpovídal, někdy kladl i rozvíjející otázky, aby studenty dovedl k odpovědi. Své tvrzení občas potvrdil i svými zkušenostmi. (něco viděl v muzeu a sdělil svůj dojem z přečteného díla) Přednášející se ptal i na případné zkušenosti studentů. Ke studentům měl velmi přátelský vztah, ale nepostrádal autoritu. Velmi mě zaujalo nadšení přednášejícího, které se zároveň přenášelo i na studenty a pomáhalo je to udržet téměř po celou dobu v pozornosti i při zdánlivě nezajímavém tématu. Během přednášky si přednášející všímal úpadku pozornosti, tomu se snažil zamezit nějakým vtipem či otázkou. Na závěr se přednášející zeptal, zda všichni všemu rozuměli nebo jestli nemá někdo nějaké dotazy, poté shrnul nejpodstatnější body přednášky, sdělil, o čem bude příští přednáška a studentům řekl informační zdroje, na kterých si mohou najít potřebné informace.

Při přednášení jsem zaznamenala formy podporující přesvědčivost a sice sociální posilování, kdy přednášející vyjádřil souhlas s výrokem studenta. Dále využil přednášející argumentů, jednalo se zejména o fakta z učebnice. Přednášející použil i nepřímé formy přesvědčování, kdy studentům kladl otázky, kterými vedl posluchače k zamyšlení a správné odpovědi. U jednoho díla ukázal přednášející různé možnosti interpretace a vyzval studenty k vyjádření jejich názoru na možnou interpretaci, čímž se otevřela možnost pohledu na věc v různých pohledech.

Posluchači seděli ve třídě až od druhé řady, což je pochopitelné, jelikož místa v první řadě byla v těsné blízkosti s přednášejícím. Na stole měli téměř všichni studenti poznámky, psací potřeby a pití. Posluchači si dělali během přednášky poznámky a někteří poměrně často kladli otázky, což dokazuje, že byli pozorní a přednášku vnímali. Současně odpovídali na otázky kladené přednášejícím. Někdy se sami přihlásili, aby odpověděli, někdy musel přednášející vyvolávat. Studenti byli tedy relativně pozorní po celou dobu přednášky pozorní, což nepochybně ovlivňoval i přednášející svou prací.

Při přednášce byly splněny funkce komunikace a to tedy:

- Přednášející své posluchače informoval o nové látce.
- Přednášející studenty instruoval uvedením na odkazy k dalšímu získání informací.
- Přednášejícímu se podařilo studenty přesvědčit o zajímavosti a důležitosti látky pro jejich další studium.
- Přednášející motivoval studenty a domluvil se s nimi, že budou čerpat více z tištěných zdrojů a méně z internetových zdrojů.
- Přednášející během přednášky použil vtip, ke zvýšení pozornosti u posluchačů, čímž byla splněna funkce rozveselování.
- Na přednášejícím bylo vidět, že ho práce baví a užívá si to, čili plní funkci kontaktní.

Celkový dojem z přednášky byl velmi příjemný, přednášející působil velmi přesvědčivě, jen by mohl trochu zlepšit svá gesta, kterých občas bylo mnoho. Zároveň věřím, že studenti jsou po přednášce velmi unaveni, neboť se přednášející snažil neustále udržovat jejich pozornost.

## 5.2 Dotazník

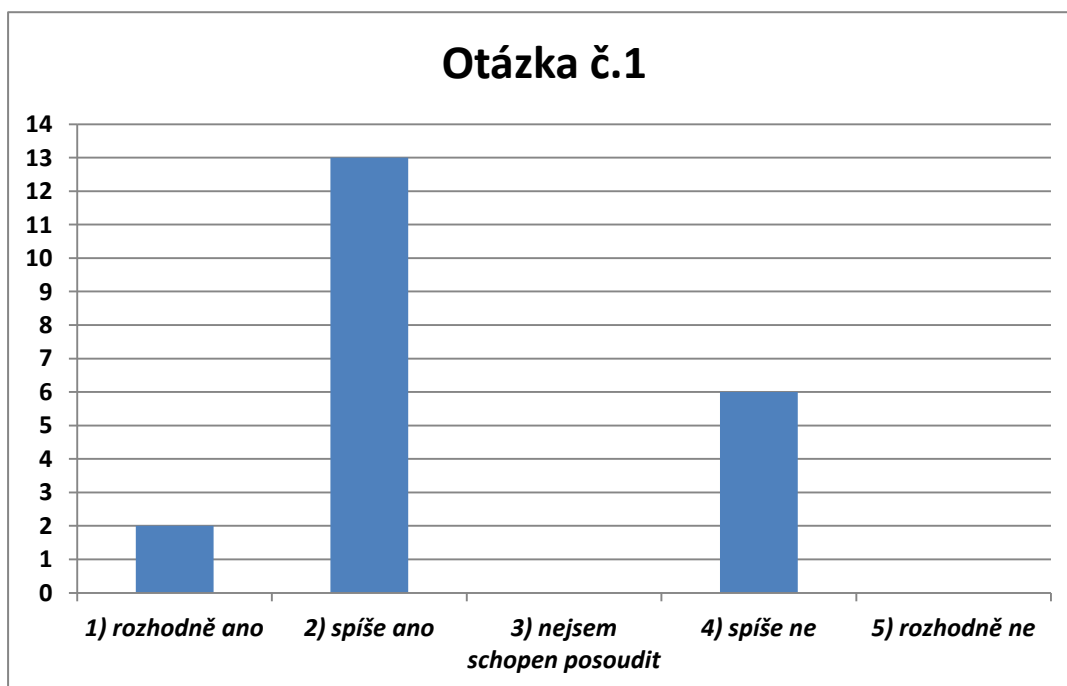
Respondenty dotazníku byli studenti, kteří se přednášky zúčastnili. (21 studentů) Dotazník byl zcela anonymní. Dotazník je zaměřen na důvěryhodnost přednášejícího jako jeden z nejvýznamnějších aspektů přesvědčivosti. Dotazník byl strukturován formou uzavřených otázek.

### 5.2.1 Výsledky

#### Otázka č. 1

Informuje Vás přednášející o probíraném tématu srozumitelně?

**Graf č. 1:** *Přednáší pedagog o probíraném tématu srozumitelně?*

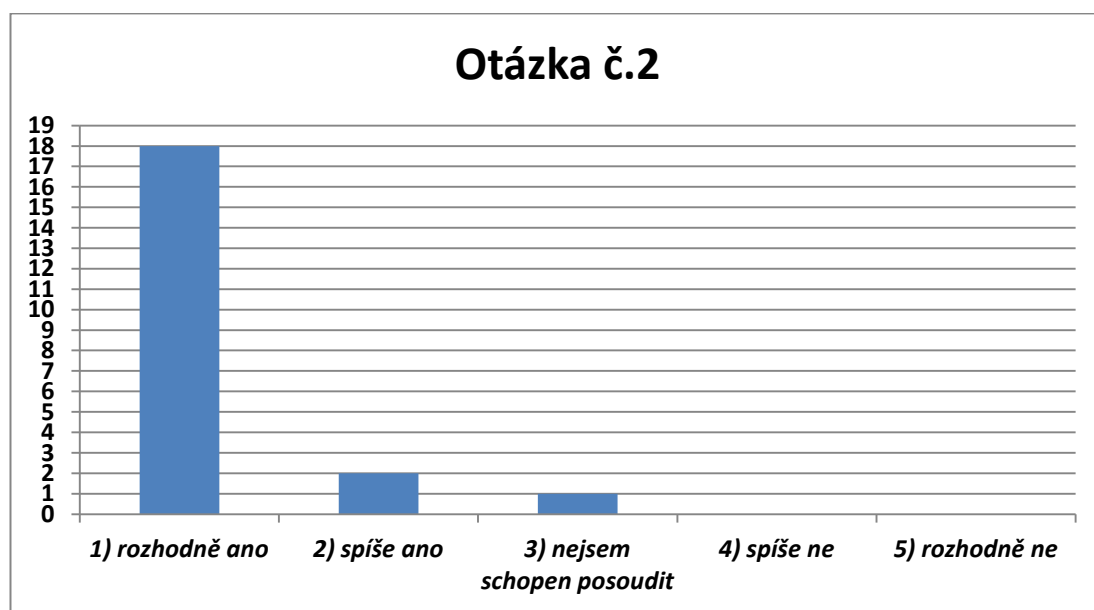


Zdroj: Autor

## Otázka č. 2

Přednáší pedagog s nadšením?

**Graf č. 2:** *Přednáší pedagog s nadšením?*

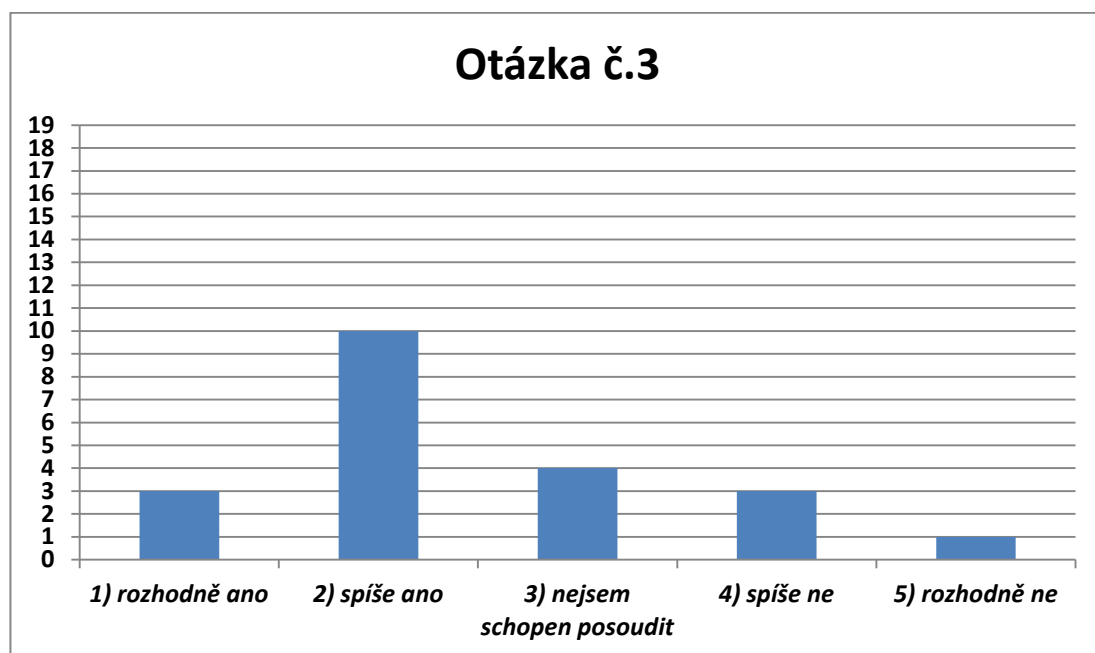


Zdroj: Autor

### Otázka č.3

Respektuje přednášející Vaše názory?

**Graf č. 3:** *Respektuje přednášející Vaše názory?*

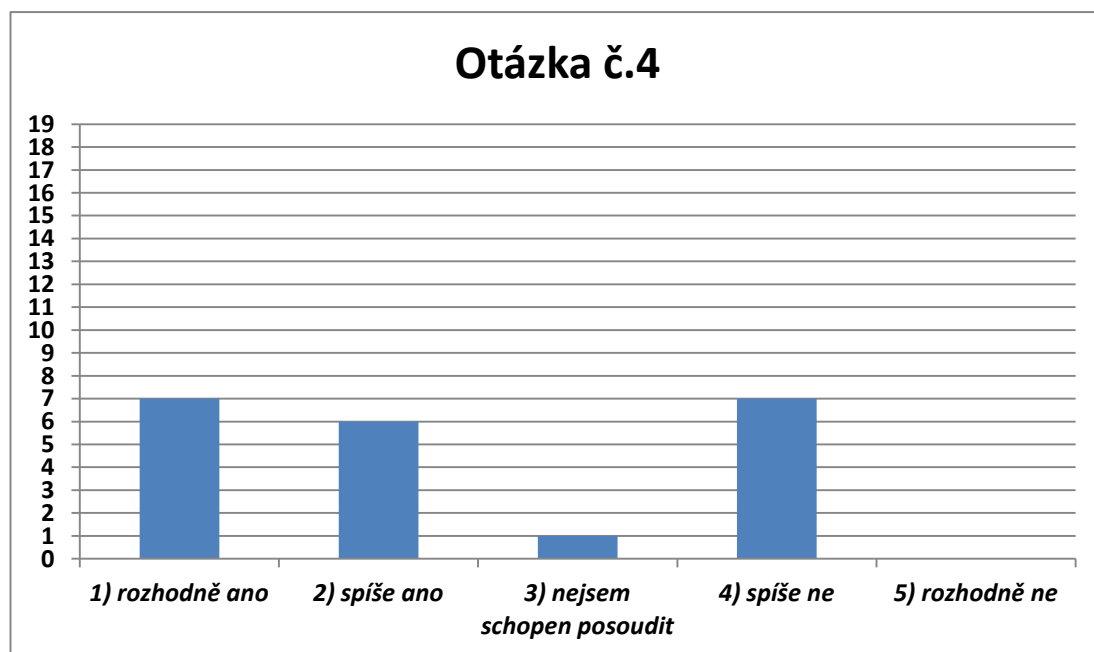


Zdroj: Autor

#### Otázka č. 4

Doplňuje přednášející výklad i příklady z vlastních zkušeností?

*Graf č. 4: Doplnuje přednášející výklad i příklady z vlastních zkušeností?*

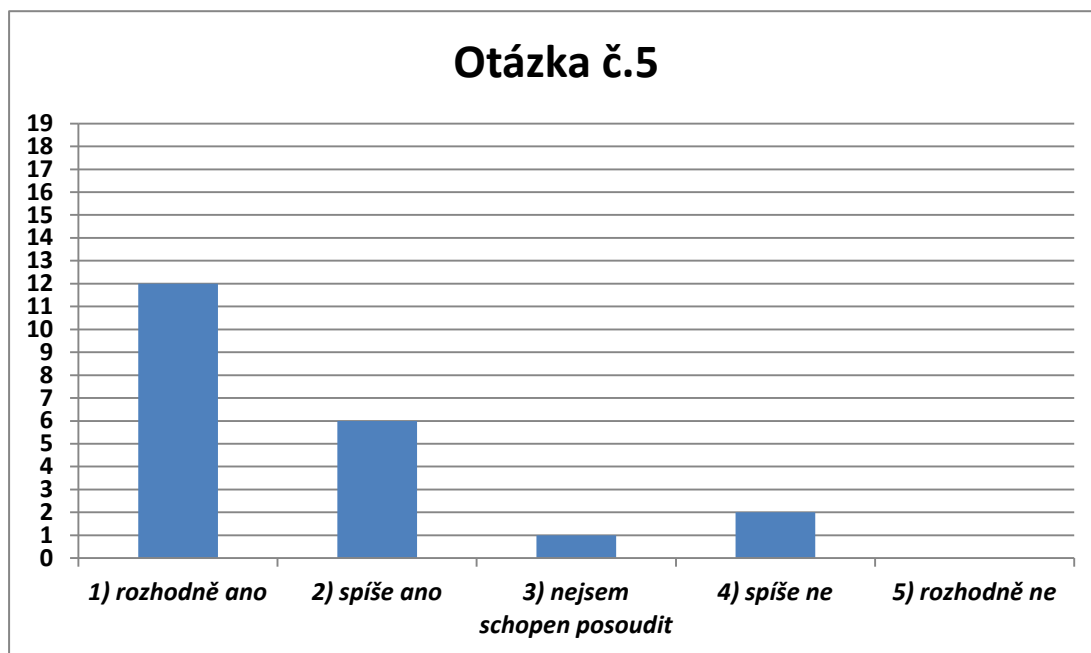


Zdroj: Autor

## Otázka č. 5

Působí přednášející jistě?

**Graf č. 5:** *Působí přednášející jistě?*



Zdroj: Autor

### Hodnocení:

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá hned několik zajímavých skutečností. Studenti byli převážně spokojeni se srozumitelností pedagoga, zároveň se téměř všichni shodli na jeho velkém entuziasmu a chuti přednášet. Jako velmi sporná se jevila otázka respektování názorů studentů během přednášky, kdy se skupina neshodla na převažující odpovědi. Na otázku týkající se zapojení vlastních zkušeností přednášejícího do výkladu probírané látky byly odpovědi převážně pozitivní, našla se však i skupina studentů, která vlastní zkušenosti ve výkladu spíše nezaznamenala. Na poslední otázku v dotazníku, která pojednává o jistotě pedagoga, se většina shodla na poměrně jistém projevu učitele.

Ze získaných dotazníků lze tedy vyvodit, že přednášející působí na studenty relativně důvěryhodně, sebejistě a přesvědčivě. Dle názorů studentů by však měl pedagog více respektovat jejich názory a také se pokusit častěji využít svých zkušeností a znalostí do výkladu.

## 6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo popsat základy přesvědčivosti v komunikaci a jejich využití při vysokoškolské přednášce. Posléze tyto získané poznatky uplatnit při analýze jedné pozorované přednášky. Jako doplňující materiál byl použit dotazník, vyplněný studenty, kteří se přednášky zúčastnili. Zjišťoval míru důvěryhodnosti pedagoga.

V teoretické části jsou popsány důležité faktory a prvky podílející se na přesvědčivosti. Správnou souhrou všech uvedených bodů by měl pedagog působit jako velmi přirozený a přesvědčivý řečník. Zmíněny jsou i chyby, kterých se přednášející dopouštějí a měli by se snažit jim vyvarovat, jelikož zbytečně narušují jejich přesvědčivost.

V praktické části jsou využity poznatky z teoretické části aplikované při analýze vysokoškolské přednášky. V této části jsou uvedeny i výsledky z dotazníkového šetření. Dotazník poskytl doplňující informace od samotných studentů. Otázky se vztahovaly k důvěryhodnosti přednášejícího. Dotazník ukázal, že pro většinu studentů působí pedagog důvěryhodně, což je dobrý základ k pro přesvědčivost.

Být dobrý řečníkem není vůbec jednoduché. Je nutné disponovat nejen dostatkem vědomostí a informací, ale také schopností analyzovat mnoho faktorů, aby přednášející mohl svůj přednes přizpůsobit době, prostoru a zejména posluchačům. Při psaní této bakalářské práce bylo získáno mnoho poznatků o tom, jak se stát přesvědčivým pedagogem pro své studenty a zároveň vyvarovat se častým chybám. Vše se budu snažit zužitkovat ve svém budoucím povolání. Je to problematika, která se neustále vyvíjí, jelikož se mění doba, požadavky i posluchači.



## 7 Seznam použité literatury

1. ALLHOFF, D.W. a W. ALLHOFF. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.
2. BATKO, A. *Umění persvaze*. Praha: HELION, 2006. ISBN 83-7361-938-0.
3. BORG, J. *Umění přesvědčivé komunikace: Jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1971-9.
4. BUCHTOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.
5. FONTANA, D. *Psychologie ve školní praxi*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995, ISBN 80-7178-626-8.
6. GÁLÍK, S. *Psychologie přesvědčování*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4247-2.
7. GAVORA, P. *Učitel a žáci v komunikaci*. 1. vyd. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7315-104-9.
8. HÁJKOVÁ, E. *Rétorika pro pedagogy*. 1. vyd. České Budějovice: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-1990-0.
9. HIERHOLD, E. *Rétorika a prezentace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0782-9.
10. JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0.
11. KRHUTOVÁ, M. *Mluvený projev: Modul výuky pro řízené samostudium*. Praha, 2006. ISBN 978-80-213-1717-8. Metodický materiál. Česká zemědělská univerzita.
12. KŘIVOHLAVÝ, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme*. Praha: Svoboda, 1988.
13. KYRIACOU, Ch. *Klíčové dovednosti učitele*. 2. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-965-8.
14. MACEK, P. *Persuaze a změna postoje*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně.
15. MAREŠ, J., J. KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3.

16. MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 1. A-O*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-164-1.
17. MAŘÍKOVÁ, H., M. PETRUSEK, A. VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník: Sv. 2. P-Z*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-7184-310-5.
18. MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0650-4.
19. NELEŠOVSKÁ, A. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0738-1.
20. PODLAHOVÁ, L. *Didaktika pro vysokoškolské učitele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, ISBN 978-80-247-4217-5.
21. ROHLÍKOVÁ, L. *Vyučovací metody na vysoké škole*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, ISBN 978-80-247-4152-9.
22. SVATOŠ, T. *Kapitoly ze sociální a pedagogické komunikace*. 3. vyd. Hradec králové: GAUDEAMUS, 2009. ISBN 978-80-7435-002-3.
23. ŠNÝDROVÁ, I. *Psychodiagnostika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, ISBN 978-80-247-2165-1.
24. VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.
25. WRÓBEL, A. *Výchova a manipulace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2337-2.

#### **Internetový zdroj:**

1. MUSILOVÁ, E. a M. MAČNIKOVÁ. Persuázia a pomáhajúce profesie. *Ošetrovateľský obzor* [online]. 2011 [cit. 2013-09-15]. Dostupné z: <http://www.osetrovatelsky.herba.sk/4-5-2010/persuazia-a-pomahajuce-profesie>
2. Empatie. *Empatie* [online]. 2012 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://empatie.ic.cz/>.

## 8 Přílohy

### Příloha č. 1 - dotazník

Vážené studentky, vážení studenti. Obracím se na Vás s prosbou o vyplnění mnou sestaveného dotazníku, který bude použit v mé bakalářské práci, jejíž téma je: Přesvědčivost v komunikaci.  
Dotazník je anonymní. Vyberte z nabídky vždy jednu možnost.

Děkuji za Váš čas.

Klára Filipi, studentka Technické univerzity v Liberci

#### 1) *Přednáší pedagog o probíraném tématu srozumitelně?*

- ☒ rozhodně ano
- ☐ spíše ano
- ☐ nejsem schopen posoudit
- ☐ spíše ne
- ☐ rozhodně ne

#### 2) *Přednáší pedagog s nadšením?*

- ☒ rozhodně ano
- ☐ spíše ano
- ☐ nejsem schopen posoudit
- ☐ spíše ne
- ☐ rozhodně ne

#### 3) *Respektuje přednášející Vaše názory?*

- ☒ rozhodně ano
- ☐ spíše ano
- ☐ nejsem schopen posoudit
- ☐ spíše ne

☐ rozhodně ne

**4) *Doplňuje přednášející výklad i příklady z vlastních zkušeností?***

- ☒ rozhodně ano  
☐ spíše ano  
☐ nejsem schopen posoudit  
☐ spíše ne  
☐ rozhodně ne

**5) *Působí přednášející jistě?***

- ☒ rozhodně ano  
☐ spíše ano  
☐ nejsem schopen posoudit  
☐ spíše ne  
☐ rozhodně ne

**Děkuji za vyplnění dotazníku.**